

А.А.Карусевич, А.Н.Дайняк

## ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Витебский государственный  
медицинский университет

### Часть 2

#### ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ИНТЕРНЕТ В ФАРМАЦИИ

Под ресурсами понимаются материалы, опубликованные в Интернете и характеризующие те или иные стороны фармацевтической деятельности. Дается обзор источников, где эти материалы могут быть найдены [21].

### Глава 3. Интернет на фармацевтическом рынке

#### 3.1 Обзор наиболее крупных сайтов

В настоящее время в русскоязычном Интернете можно выделить следующие категории сайтов, содержащих информационные материалы [21]:

1. газеты и журналы;
2. информация о профессиональных ассоциациях и организациях;
3. информация об аналитических и консультационных организациях, а также опубликованные ими материалы;
4. информация о фармацевтических компаниях.

#### ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛЫ

Интернет-версия «Фармацевтического вестника» [91] - безусловный лидер русскоязычной части Интернета по количеству и комплексности материалов. На сайте доступен также архив выпусков за 1999 г.

Сайт «Фармацевтического бюллетеня» [89] содержит коллекцию публикаций по разным вопросам фармацевтического маркетинга.

Сайт «Фарматека» [86] содержит журналы за 1999 г. и некоторые другие материалы, в частности, статистические данные по импорту лекарственных средств в 1999. г. в России.

Сайт «Московских аптек» [68] содержит газетные материалы, доступен архив прежних выпусков. Материалы в основном посвящены московской тематике.

В русскоязычных Интернет-версиях украинского журнала «Провизор» [71] и украинской газеты «Аптека» [42] также встречаются материалы по российскому рынку. Доступен архив прежних выпусков. Регулярно публикуются материалы, посвященные мировому опыту.

В 2001 г. ООО Аптека «Авиценна» открыла первую в Иркутске и в Сибири Интернет-аптеку. Силами специалистов отдела маркетинга и программистов был создан оригинальный сайт [6]. Благодаря информационным технологиям появилась возможность выбрать и заказать любое лекарственное средство с доставкой на дом. На сайте можно получить исчерпывающую информацию об аптеке, реквизиты, схемы проезда и даже фотографии каждого филиала. Круглосуточно предоставляются подробные сведения об ассортименте лекарственных средств и другой продукции. Можно узнать свежие новости из жизни аптеки, последние материалы из рубрики «Советы Авиценны», публикуемые в прессе, на радио и телевидении.

#### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ АССОЦИАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

Ресурсы данной категории, несмотря на созданное в России довольно большое количество разнообразных фармацевтических ассоциаций, фактически исчерпываются сайтом Ассоциации международных фармацевтических производителей, работающих в России [45]. Этот сайт по количеству и комплексности представленных материалов - один из наиболее полно характеризующих российский фармацевтический рынок. Однако следует отметить, что в силу специфики ассоциации большая часть ресурсов сайта - на английском языке.

В мае 2003 года состоялся запуск WEB-сайта Ассоциации Российских Фармацевтических Производителей (АРФП). Представительство АРФП можно найти по адресу [46]. Здесь предоставляется информация о важнейших аспектах работы Ас-

социации. Сайт имеет удобное меню и продуманную навигационную структуру, четко структурированный интерфейс. На сайте функционирует несколько тематических разделов – «Ассоциация», «Пресс-центр», «Информация», «Обратная связь» и «Участникам». Функционируют постоянно обновляемые рубрики «Пресс-релизы» и «Новости фармацевтического рынка», где размещаются последние новости компаний – членов АРФП. В ближайшее время на сайте начнет работу раздел «Информация», ориентированный на сотрудников фармацевтических компаний, фирм-производителей медицинского оборудования, специалистов в области медицины и представителей прессы. Основными элементами данной рубрики станут подразделы «Аналитика рынка» и «План мероприятий» АРФП. Специальный подраздел «Форум» предоставляет посетителям сайта обмен мнениями в режиме реального времени.

Информацию представителей делового фармацевтического сообщества, специалистов в области медицины, практикующих врачей и просто широко образованных людей, интересующихся фармбизнесом, о последних событиях на отечественном и мировом фармацевтическом рынке [18].

### АНАЛИТИЧЕСКИЕ И КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

Большое количество разнообразных материалов (в основном на русском языке) представлено на сайте компании RMBC [36], специализирующейся на маркетинговых исследованиях российского фармацевтического рынка. Довольно много публикаций, посвященных российскому рынку, содержит сайт консультационной компании «Сосна Инжиниринг» [82], специализирующейся на российском фармацевтическом бизнесе. Сайт "Фармацевтический бизнес: аналитические материалы" [88] представляет собой в основном каталог аналитических ресурсов. Однако наряду со ссылками на «чужие» ресурсы в нем также опубликовано несколько десятков разнообразных материалов, посвященных рос-

сийскому фармацевтическому рынку, которые нигде более не представлены.

Компания «IMS Health» OPEN открыла собственный Интернет-магазин [25]. Посетители магазина могут в режиме реального времени получать доступ к аналитической информации о состоянии мировой фарминдустрии в корпоративном, региональном масштабах, обобщенной по фармакотерапевтическим группам и отдельным лекарственным средствам [15]. В настоящее время ассортимент «IMS Health» составляет более 10 000 отчетов, аналитических материалов и прогнозов. Процесс доступа к информации, от первоначального обращения к сайту до получения необходимого файла, занимает не более 15–20 минут. Расчеты за приобретенную информацию производятся с помощью кредитной карточки. Отчеты, поставляемые в формате MS Excel, включают данные о фактических продажах за последние два года, доле рынка, занимаемой определенным лекарственным средством, а также сведения о динамике абсолютных и относительных показателей за последние 12 месяцев. Аналитические материалы по 8 странам и 40 фармакотерапевтическим группам содержат прогнозы развития соответствующих рынков на десять лет, обзоры достижений медицины и фундаментальной науки в данной сфере, классификацию заболеваний и методов их лечения, а также перечень наиболее значительных событий на рынке (внедрение нового лекарственного средства, истечение срока защиты патентных прав), которые должны произойти в ближайшее время.

Статьи и доклады, представленные на сайте компании «Комкон-Фарма» [64], базируются на материалах исследований компании (в основном регулярных опросах населения и врачей).

Материалы сайта компании DSM [9] представляют собой публикации некоторых результатов проводимого ежеквартального мониторинга аптечных учреждений Москвы.

Американский сайт BISNIS [7], посвященный бизнес-информации по странам СНГ, содержит материалы (на англий-

ском языке) по фармацевтическим рынкам ряда регионов России.

## ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

Наиболее развитый и комплексный характер в данной категории сайтов имеет структура аналитического блока на сайте «Инвакорпа» [61] - на нем представлены различные материалы, характеризующие как российский рынок, так и западный опыт.

Интересную информацию (в частности, рейтинги популярности лекарственных средств) можно также найти на сайте «Система лекарственного обеспечения «Симплекс» [80].

## Глава 4. Услуги рынка российского Интернета

Рынок информации российского Интернета можно разделить на две категории:

- ресурсы для конечных пользователей;
- ресурсы для внутренних рынков России.

Эти категории преследуют различные цели. Ресурсы первой категории ориентированы на конечный спрос, их основная функция – помочь клиенту ориентироваться на рынке лекарственных средств, найти медицинские учреждения, получить консультации. Ресурсы второй категории ориентированы на специалистов рынка – врачей, представителей фармацевтического бизнеса. Цель данных ресурсов – предоставление информации о состоянии рынка, его развитии, публикация аналитических материалов и т.д.

Нижеперечисленные ресурсы используются медицинскими компаниями как основа для проведения рекламных кампаний в сети и продвижения своей продукции.

### Remedicus [34]

Ремедикус является одним из самых известных информационных блоков, ориентированных на компании, а не на конечных потребителей лекарственных средств. В принципе, Remedicus ведет работу по трем направлениям:

- конечные клиенты;
- врачи, представители клиник и госпиталей;
- специалисты фармацевтического бизнеса.

Remedicus по праву считается одним из наиболее полных информационных сайтов в медицинской сфере. Простые посетители получают здесь доступ к статьям, справочникам, списку вопросов и ответов на них, могут задавать свои вопросы медицинским специалистам. Врачам так же предоставляется доступ к справочникам, новостям и информации о рынке. Кроме этого, им предоставляется раздел клинической практики, в которой разбираются различные случаи болезней и варианты лечения.

Третья часть сайта содержит деловую информацию о рынке – данные о компаниях, работающих на рынках, государственном регулировании, финансовых сведениях.

### Remedium [35]

Информация «Ремедиума» направлена на врачей и специалистов медицинского рынка. Ресурсом предлагается информация по нескольким основным категориям:

- состояние рынка (аналитические материалы, тематические статьи и т.д.);
- регулирование рынка (государственное регулирование, регистрация лекарственных средств);
- информация для врачей (электронная библиотека, статьи по заболеваниям);
- сведения о лекарственных средствах;
- информация о вакансиях на рынке;
- форумы, консультации, обсуждения.

Форумы и обсуждения доступны по различным тематикам. Консультации организуются специалистами сайта по юридическим вопросам. При этом любой желающий может отправить вопрос по электронной почте.

### Медпром.ру [66]

В ближайшее время Медпром станет не только информационным, но и тор-

говым сайтом. Уже сейчас здесь зарегистрировано более 35 тысяч организаций – производителей оборудования и медицинской техники, медицинских учреждений, торговых компаний и т.д. Таким образом, Медпром уже сейчас может быть использован для поиска партнеров и покупателей. Кроме этого, посетители получают доступ к информационной базе – публикациям прессы, обзорам, форумам и обсуждениям.

### 03 [1]

Сайт 03 в большей степени ориентирован на конечных потребителей. В принципе, сайт направлен на предоставление посетителям консультаций по различным вопросам и заболеваниям. Кроме этого, пациентам предлагается возможность ведения своей «истории болезни» на сайте. Так после регистрации посетитель получает персональный «экзаунт», в который заносятся все сообщения, отправляемые посетителем и приходящие ответы от врачей.

### Doktor.ru [8]

Как и вышеописанный ресурс, Doktor.ru ориентирован на конечных потребителей, им предоставляется возможность консультирования у различных специалистов, отправки сообщений, участия в конференциях. При этом специализированного сервиса для конечных пользователей нет. Однако клиентам предлагаются различные виды дополнительных услуг. Например:

- бесплатные консультации врачей по проблемам со здоровьем, применению лекарственных средств и т.д.;
- возможность поиска лекарственных средств в аптеках;
- вызов врача-консультанта на дом (платно).

Стоит отметить активное развитие подобных информационных ресурсов, ориентированных на конечного пользователя. Менее развито это направление для специалистов рынка. На текущий момент очень небольшой процент ресурсов оказывает консультирование специалистов (как специализированное, так и юридическое). Для врачей и других участников предоставляются в основном тематические конференции и форумы, в которых они могут

обмениваться мнениями и получать советы.

## Глава 5. Обзор англоязычной сети

Как и на рассмотренном выше отечественном рынке, информационные ресурсы здесь могут быть разделены на две основные категории: аналитические материалы для участников рынка, и информация и консультирование для конечных покупателей. На текущий момент на рынке существует ряд крупных информационных и торговых сайтов:

### Inpharm [26]

Ресурс, ориентирован на специалистов рынка и содержит обзорную и аналитическую информацию по рынку. Здесь публикуется информация по рынку (обзоры мирового рынка), анонсы событий (конференций, семинаров), данные по обучению специалистов и медицинскому образованию. Обзорные материалы, пресс-релизы компаний и анонсы событий доступны как на сайте, так и по подписке. Кроме этого, на сайте функционирует магазин, торгующий специализированной литературой.

Похожим является сайт Health Resources Online [12].

Как и выше рассмотренный ресурс, информация сайта заостряется на новостях и событиях рынка. Публикуются обзоры, пресс-релизы и анонсы компаний. Часть информации является бесплатной и открытой всем посетителям, однако существует ряд аналитических отчетов, распространяемых по платной рассылке.

Существуют и более специализированные базы данных, такие как Health Intelligence Net [11]. Здесь специалистам рынка предоставляется не только обзорная и аналитическая информация по рынку, но и возможность настроить сайт согласно своим потребностям – получать новости, информацию и данные по конференциям на интересующие посетителей темы. Кроме этого, можно получить информацию о новых книгах и статьях по запрашиваемым вопросам, программному обеспечению. Есть возможность приобрести их прямо на сайте.

**The Dailylung [37]**

На сайте предоставляется подборка статей и рубрик, посвященных различным группам заболеваний с возможностью получить консультацию и задать свой собственный вопрос.

**MedicineNet [30]**

Содержит статьи и обзоры лекарственных средств и лечебных учреждений. Посетителям предлагаются новости, тематические обзоры, статьи врачей и сведения о рынке лекарственных средств. Работа с сайтом доступна как зарегистрированным участникам, так и простым посетителям. После регистрации посетитель получает свой собственный «аккаунт» (что-то похожее на личный почтовый ящик), в который поступает вся интересующая его информация. Регистрация является платной, однако она позволяет получать консультационную помощь и скидки при осуществлении покупок в аптеке, размещенной здесь же на сайте.

## **Глава 6. Интернет-ресурсы фармацевтического маркетинга**

Наиболее популярными ресурсами Интернет для специалистов фармации и медицины являются следующие серверы:

**Информационные ресурсы:**

- Фармацевтический бизнес, аналитические материалы [88];
  - Remedicus [34]
  - Информационно аналитический сервер «Ремедиум» [63];
  - Медпром.ру [66];
  - Фонд фармацевтической информации [93]
- 03 [1];
- Doktor.ru [8];
- RMBC [36];
- «Комкон – Фарма» [64];
- DSM Group [9];
- MEDI.RU [29];
- Сосна Инжиниринг [82];
- Провизор [71];
- ЦМИ ФармЭксперт [94];
- <http://www.pharmlist.ru/>;
- 4p Маркетинг [2];
- Информационное аналитическое агентство "Север Фарм"[63];

- Платиновая унция [69];
- Mednovosti.ru [32];
- Профессионал Центр [72];
- IFPMA [24];
- Армянский медико-фармацевтический ресурс [44];
- uniso94 Новости фармацевтического законодательства [38];
- Газета "Вести от Протека" [55];
- Ассоциация аптекных учреждений [47];
- Ассоциация фармацевтических дистрибьюторов «ФАРМРОС» [49].

**Средства массовой информации:**

- "Ремедиум" [74];
- "Фармацевтический вестник" [90];
- "Российские аптеки" [78];
- «Московские аптеки» [68];
- «Фарматека» [86];
- «Мир медицины» [67];
- «Фармацевтический бюллетень» [89];
- «Экономический вестник фармации» [96];
- «Медицинская газета» [65];
- Фармацевтические дайджесты Компании "Стиролбиофарм" [87];
- Журнал «Маркетолог» [60];
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России» [59];
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [58];
- Русский медицинский журнал [79];
- Журнал "Фармация и медицина"[57];
- Бюллетень "Практический маркетинг"[53].

**Зарубежные (англоязычные) ресурсы:**

- Pharmaceutical Research & Manufacturers of America [33];
- AESGP (European Proprietary Medicine Manufacturers' Association) - [3];
- Verband Forschender Arzneimittelhersteller E.V. (VFA) [39];
- International Federation of Pharmaceutical Manufacturers Associations (IFPMA) - [27];
- Japanese Pharmaceutical Manufacturers Association (JPMA) [28];
- Association of the British Pharmaceutical Industry (ABPI) - [5];

- Ежегодные конгрессы, семинары и тренинги в области фармацевтического маркетинга [56]
- Специализированное образование в области фармацевтического маркетинга (программы МВА, специализированные дипломы) [83];
- Электронный справочник «Клиническая фармакология» [97];
- Интернет ресурс по брендингу [62].

#### **Ассоциации**

- Ассоциация Международных Фармацевтических Производителей [48];
- Ассоциация Фармацевтических Дистрибьюторов [49];
- Российская Ассоциация Маркетинга [75];
- Российская Медицинская Ассоциация [76].

#### **Поиск лекарственных средств в аптеках и заказ лекарств:**

- Служба доставки лекарств [81];
- e-apteka.ru [10];
- medlux.ru [31];
- aptekaonline.ru/ [4];
- Аптека wer.ru [43].

#### **Справочники:**

- Большая медицинская энциклопедия [52];
- Справочник Машковского [85];
- Справочник Видаль [84];
- Регистр лекарственных средств России РЛС [73];
- ФармИндекс [92];
- Российская фармацевтика [77];
- Анатомия конкуренции. Российский фармацевтический рынок 1998 - 2000 годов серия бюллетеней [41].

### **Глава 7. Изучение соответствия информации, предоставляемой в Интернет**

Для изучения соответствия информации, предоставляемой в Интернете, потребностям специалистов нами был задан вопрос молодым специалистам и студентам различного профиля Витебского государственного медицинского университета: «Какую информацию по специальности Вы бы хотели, но не можете найти в Интернет?» В результате анализа ответов

респондентов было выделено несколько групп проблем.

Практически каждый четвертый ищет в Интернет научную информацию, среди которой очень трудно отыскать новости о прогрессивных разработках, рефераты статей, их полнотекстовые варианты, переводы статей зарубежных авторов. Большинство опрошенных хотели бы видеть больше справочников. Кроме вопросов повседневной практики, интересующих отдельных опрашиваемых, неудовлетворены качеством информации, необходимой более широкому кругу большинство врачей общей практики, истории болезни, практический опыт отечественных специалистов, новые методы лечения заболеваний, подробная информация для специалистов о лекарственных средствах. На сайтах периодической литературы специалисты не всегда находят архивы изданий, редко обновляются клинические журналы. Часто предыдущие издания или страницы не подлежат повторному открытию по прошествию времени. Недостает белорусских медицинских изданий, переводов зарубежных публикаций, полных текстов статей, бесплатной периодики.

В отличие от большинства стран с развитой экономикой, в Республике Беларусь информация, способствующая поиску стратегического партнера, является закрытой для участников фармацевтического рынка. К сожалению, нет ее и в Интернете. Хотелось бы найти в Интернете больше данных о новых технологиях, о производителях оборудования для медицинской промышленности. Недостаточно также информации о новой медтехнике, отечественных производителях оборудования для больниц.

Зрелые специалисты отрасли хотели бы видеть в Интернет каталоги, содержащие адреса и телефоны медицинских и фармацевтических организаций, что является вообще едва ли не самой большой проблемой.

Недостаёт необходимой для работы провизора маркетинговой и аналитической информация (в том числе о ценовой политике субъектов хозяйствования), ценах на

продукцию, которую специалисты не могут найти в Интернет.

В разделе образовательных ресурсов Интернетпользователи хотели бы видеть больше специализированной учебной литературы, особенно отечественных авторов, конкурсы при поступлении в учебные заведения, условия поступления и профотбора. Следует отметить, что многие издания можно найти на сайте ВГМУ[54].

Несмотря на достаточное количество в Интернете сайтов кадровых агентств, прессы, содержащих объявления о вакансиях, не все специалисты могут найти работу, удовлетворяющую их запросам (все выше изложенное можно найти лишь на российских сайтах).

В Интернет активно развиваются коммерческие проекты, предоставляющие пользователям платный доступ к информационным ресурсам. Мы попытались выяснить – имеют ли провизоры и врачи возможность пользоваться платной информацией, если она необходима для работы. У четверти опрошенных (специалисты негосударственной сферы) эта информация востребована, у остальных – ответ сводился к нехватке денежных средств, т.к. для студентов и специалистов бюджетной системы такие затраты не доступны.

Происходили некоторые дискуссии об использовании сети Интернет негосударственным структурам. Дискуссия сводилась к тому, что Интернет позволяет принимать более обоснованные маркетинговые решения, а следовательно, обеспечивать и более высокий уровень реализации маркетинга. Это благоприятно сказывается на учете реальных нужд и потребностей потребителей, их более полном удовлетворении.

Предоставлялась также возможность для опрашиваемых занять место обывательского потребителя с вопросом: «Что же дает Интернет потребителям?»

На этот вопрос ответы сгруппировались в четырех направлениях:

- имеют доступ к большому количеству интерактивной информации о товарах и услугах, что упрощает для них процесс принятия решения о покупке;

- имеют одновременный доступ к значительному числу магазинов (в данном случае, аптек), что позволяет им находить необходимые товары, имеющие минимальную цену;

- могут непосредственно влиять на производителей в целях улучшения качества и расширения ассортимента произведенных товаров и оказываемых услуг;

- могут сотрудничать с субъектами хозяйствования в поиске идей создания новых товаров.

Специфика профессиональной деятельности обуславливает общность и различия в информационных потребностях медиков и фармацевтических работников. Для обеих групп наиболее актуальной является медико-фармацевтическая информация. На втором месте по важности фармацевты выделили законодательную и коммерческую информацию, работники организаций здравоохранения – медицинские новости.

Понимание преимуществ Сети провизорами и врачами подчеркивает желание трети опрошенных приобщиться к глобальным информационным ресурсам в ближайшее время.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что ресурсы Интернет востребованы фармацевтическими работниками и специалистами здравоохранения, хотя возможности использования достаточно ограничена.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 03 (<http://www.03.ru>).
2. 4p Маркетинг (<http://4p.ru/>).
3. AESGP (European Proprietary Medicine Manufacturers' Association) - [www.aesgp.be](http://www.aesgp.be).
4. [aptekaonline.ru/](http://aptekaonline.ru/) (<http://www.aptekaonline.ru/>).
5. Association of the British Pharmaceutical Industry (ABPI) – ([www.abpi.org.uk](http://www.abpi.org.uk)).
6. [Avicenna.irk.ru](http://Avicenna.irk.ru).
7. BISNIS (<http://bisnis.doc.gov/bisnis>).
8. Doktor.ru (<http://www.doctor.ru>).
9. DSM (<http://www.dsm.ru>).
10. [e-apteka.ru](http://e-apteka.ru) (<http://www.e-apteka.ru/>).

11. Health Intelligence Net (<http://www.hin.com>)
12. Health Resources Online (<http://www.healthresourcesonline.com>).
13. <http://rcc.ru/rus/pharmaceuticals/>
14. [http://www.apteka.ua/apteka/contribution/s\\_244\\_23\\_120600\\_008.asp/](http://www.apteka.ua/apteka/contribution/s_244_23_120600_008.asp/)
15. <http://www.arpm-org.ru/>
16. <http://www.dot.ru/>
17. <http://www.krsk.ru/~yan/texts/history.htm/>
18. <http://www.medprom.ru/>
19. <http://www.merck-medco.com/>
20. <http://www.monitoring.ru/>
21. <http://www.MTU-NET.ru/pharmabusiness-analysis/PharmvestnkonIntrnt00.htm/>
22. <http://www.rafm.ru/>
23. <http://www.webmed.ru/>
24. IFPMA (<http://www.ifpma.org/>).
25. IMS Healt OPEN <http://open.imshealth.com>.
26. Inpharm (<http://www.inpharm.com>)
27. International Federation of Pharmaceutical Manufacturers Associations (IFPMA) - [www.ifpma.org](http://www.ifpma.org).
28. Japanese Pharmaceutical Manufacturers Association (JPMA) - [www.jpma.or.jp](http://www.jpma.or.jp).
29. MEDI.RU (<http://www.medi.ru/>).
30. MedicineNet (<http://www.medicine.com>)
31. medlux.ru (<http://www.medlux.ru/>).
32. Mednovosti.ru (<http://www.mednovosti.ru/>).
33. Pharmaceutical Research & Manufacturers of America - [www.phrma.org](http://www.phrma.org).
34. Remedicus (<http://www.remedicus.ru>).
35. Remedium (<http://www.remedium.ru>).
36. RMBC (<http://www.rmbc.ru>).
37. The Dailylung (<http://www.dailylung.com>).
38. unico94 Новости фармацевтического законодательства (<http://www.unico94.ru/>).
39. Verband Forschender Arzneimittelhersteller E.V. (VFA) - [www.vfa.de](http://www.vfa.de).
40. Алтухов Д. Свой сервер в Internet// Планета Internet. – 1997.
41. Анатомия конкуренции. Российский фармацевтический рынок 1998 - 2000 годов серия бюллетеней (<http://www.clascon.ru/r-catalog.html>).
42. Аптека [http://www.morion.kiev.ua/Apteka/Contents/i\\_244\\_23\\_120600.asp](http://www.morion.kiev.ua/Apteka/Contents/i_244_23_120600.asp).
43. Аптека wer.ru(<http://www.wer.ru/>).
44. Армянский медико-фармацевтический ресурс (<http://www.medicina.am/>);
45. Ассоциации международных фармацевтических производителей, работающих в России (<http://www.aipm.org/public/russian/#AIPM>).
46. Ассоциации Российских Фармацевтических Производителей <http://www.arpm-org.ru>.
47. Ассоциация аптечных учреждений (<http://www.soyuzpharma.ru/aa>).
48. Ассоциация Международных Фармацевтических Производителей (<http://www.aipm.org/rublic/russian/>).
49. Ассоциация Фармацевтических Дистрибьюторов (<http://webcenter.ru/~pharmros/main.html>).
50. Ассоциация фармацевтических дистрибьюторов «Фармрос» (<http://webcenter.ru/~pharmros>).
51. Бокарев Т. Количественный и качественный состав аудитории интернета, тенденции развития и их значение для рекламодателя. Материалы конференции «Internet-маркетинг-98» // <http://www.aup.ru>
52. Большая медицинская энциклопедия (<http://bme/newmail.ru/index.htm>).
53. Бюллетень "Практический маркетинг" (<http://www.bci-marketing.aha.ru/>).
54. Витебский государственный медицинский университет ([www/VGMU.Vitebsk.by](http://www/VGMU.Vitebsk.by)).
55. Газета "Вести от Протека" (<http://www.protek.ru/ru/newspaper.shtml>).
56. Ежегодные конгрессы, семинары и тренинги в области фармацевтического маркетинга <http://www.iirusa.com/>, <http://www.windhover.com/>, <http://www.bettermangement.com/>, <http://www.hmc-council.org/>.
57. Журнал "Фармация и медицина"(<http://infb.hippo.ru/browse.php?page=2>).
58. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (<http://www.cfin.ru/press/marketing>);



59. Журнал «Маркетинг И Маркетинговые исследования в России» (<http://www.marketingandresearch.ru/>).
60. Журнал «Маркетолог» (<http://www.marketolog.7st.ru/>).
61. Инвакорпа <http://www.inva-corp.ru>.
62. Интернет ресурс по брендингу <http://www.brandengineers.com/>.
63. Информационное аналитическое агентство "Север Фарм" (<http://www.sf.ru/>);
64. Комкон-Фарма <http://www.comcon-2.com/main.asp?pgNav=about&pg-Title=pharma/default>
65. Медицинская газета (<http://www.medgazeta.rusmedserv.com/>);
66. Медпром.ру <http://www.medp-rom.ru>
67. Мир медицины (<http://www.medi-ru/doc/85.htm>);
68. Московские аптеки (<http://www.pharm.mos.ru/ma/main.htm>);
69. Платиновая унция (<http://www.uncia.ru/>);
70. Полякова А.В. Интернет как инструмент маркетинга // <http://www.aup.ru>
71. Провизор <http://www.vlink.kharkov.ua/~provisor/index.htm>
72. Профессионал Центр (<http://www.webmed.ru/>);
73. Регистр лекарственных средств России. РЛС (<http://www.rlsnet.ru/>);
74. Ремедиум (<http://www.remedium.ru/magazine/rem>);
75. Российская Ассоциация Маркетинга (<http://www.ram.ru/>);
76. Российская Медицинская Ассоциация (<http://www.rmass.ru/>).
77. Российская фармацевтика (<http://old.raexpert.ru/pharm.htm>);
78. Российские аптеки (<http://www.remedium.ru/magazine/ra>);
79. Русский медицинский журнал (<http://www.rmj.net/>);
80. Симплекс <http://www.apteka.ru>
81. Служба доставки лекарств (<http://www.cdl.ru/>);
82. Сосна Инжиниринг <http://www.sepharm.com/cgi-bin/news.pl>
83. Специализированное образование в области фармацевтического маркетинга (программы МВА, специализированные дипломы) <http://www.pharmadiplomas.com/>, <http://business.rutgers.edu/>, <http://www.sju.edu/>;
84. Справочник Видаль (<http://www.vidal.ru/>);
85. Справочник Машковского (<http://spider.medlux.ru/dbase/mashkov/index.html>);
86. Фарматека (<http://www.pharmateca.ru/>);
87. Фармацевтические дайджесты Компании "Стиролбиофарм" ([http://pharm.stirol.net:8100/day\\_ru.html](http://pharm.stirol.net:8100/day_ru.html));
88. Фармацевтический бизнес: аналитические материалы» <http://www.mtnet.ru/pharma-business-analysis>
89. Фармацевтический бюллетень <http://www.fb.ru>
90. Фармацевтический вестник (<http://www.pharmvestnik.ru/>);
91. Фармацевтический вестник [http://fv.bionika.ru/index\\_fv.htm](http://fv.bionika.ru/index_fv.htm)
92. ФармИндекс (<http://www.pharmi-ndex.ru/>);
93. Фонд фармацевтической информации (<http://www.drugreg.ru/>);
94. ЦМИ ФармЭксперт (<http://www.pharmexpert.ru/>);
95. Ченцов В.И., Успенский И.В. Интернет как эффективное средство маркетинговых коммуникаций// <http://www.marketing.spb.ru/read/article/catalog/5read.htm>.
96. Экономический вестник фармации (<http://www.webmed.ru/press/evf/>);
97. Электронный справочник «Клиническая фармакология» <http://www.clin-pharma.com/>;
- \*\*\*\*\*